XLIII Le Canard enchaîné, 7.06.2000, "Le jeu d'enfer de Bouygues et Vivendi"

XLIV Jean-Marie Messier, 1997, cité par Le Monde 21.06.2000 "De la compagnie générale des eaux à Vivendi Universal".

XLV Jean-Marie Messier, J6m.com, Hachette Littérature, 2000. Voir aussi Charlie Hebdo, 16.11.2000.

XLVI *http://www.gbde.org/conference/recommendations.html* (c'est nous qui traduisons).

XLVII *http://www.eifonline.org/*

XLVIII Le Monde, 20.08.2000,"La librairie en ligne BOL suspend la vente de "Mein Kampf"

XLIX Le Monde 19.07.2000, Ezra Suleiman "Vivendi à Hollywood : un autre visage de la mondialisation". L'Accord général sur le commerce des services (voir l'article d'Agnès Bertrand et de Laurence Kalafatidès)

LI voir Nico Hirtt "Tableau noir", éditions EPO et Balanya, Doherty et al .op.cit.

LII Fortune Magazine, 15.05.2000, "Water, water everywhere", p 55. C'est nous qui traduisons.

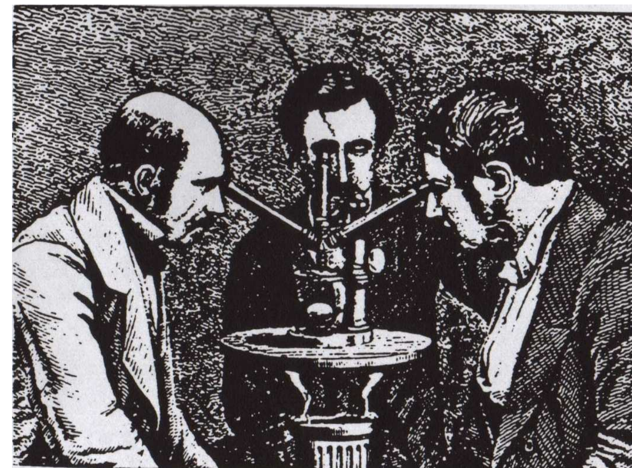
LIII Dans une chronique, Pierre Lazuly cite une dépêche AFP "Le groupe Vivendi prêt à reprendre le traitement de l'eau au Kosovo" dans laquelle le délégué à l'action humanitaire du groupe Vivendi déclare que "fort de son expérience dans les camps de réfugiés kosovars en Albanie, Vivendi, l'un des premiers groupes français à s'impliquer dans la reconstruction du Kosovo, compte ainsi reprendre en main l'unité de production d'eau de la ville, qui fournit 200.000 personnes aux alentours de Kosovska Mitrovica". Voir *http://menteur.com/cahiers/nerf.shtml*

Extrait du site : http://www.transnationale.org



Vivendi

anatomie de la pieuvre



XX Que choisir ? sept 98 "Le scandale des factures d'eau"

XXI Les Echos, 26.10. 2000, "Quimper fait baisser de 24,3% le prix de l'eau"

XXII Cité par Que choisir ? sept 98 op cit.

XXIII Que choisir ? sept 98 op cit.

XXIV cité par Que choisir ? sept 98, op cit, p 15

XXV Les Echos 27.07.2000, "Le CSA valide le nouvel acte de mariage Vivendi Universal Canal+"

XXVI Zbigniew Brzezinski - ancien conseiller de Jimmy Carter et fondateur du club très fermé de la Trilatérale - proposait de créer sous le nom de *tittytainment* (de tits, les seins en argot américain et de Entertainment pour divertissements) un "cocktail de divertissement abrutissant et d'alimentation suffisante permettant de maintenir de bonne humeur la population frustrée de la planète".

XXVII Jean-Jérôme Bertolus, "Les média-maîtres, Qui contrôle l'information?", Seuil, 2000, p33.

XXVIII Les Echos 27.07.2000, op.cit.

XXIX Daniel Fortin, "Comment Jean-Marie Messier est devenu le patron le plus puissant de France" Ed Assouline, 1999, p 84

XXX Le Canard enchaîné, 8.11.2000, "Le plan de Messier transformera Canal en simple pompe à fric ".

XXXI D. Fortin, op cit p 23.

XXXII D. Fortin, op cit, p 19.

XXXIII D. Fortin, op cit. p 16

XXXIV Capital juin99, "Vivendi, les ambitions de Citizen Messier".

XXXV Hervé Bourges est président du CSA. Il était président de Canal + Afrique en 1988 et de Canal Horizon en 1990-91

XXXVI Jean-Marie Messier, "j6m.com, faut il avoir peur de la nouvelle économie ?", Hachette Littérature, p.75.

XXXVII Le Canard enchaîné, 19 juillet 2000, "Un lobby aide Messier à mettre le cinéma en carte".

XXXVIII Capital, Juin 99.

XXXIX Le Canard enchaîné, 12.07.2000, "La ministre qui connaît bien la Bourse"

XL La Tribune, 22.05.2000, Carnet, Antoine Guéroult.

XLI Le Canard enchaîné, 19.07.2000, "Vivendi privatise les juges"

XLII "pas moins de quatre dirigeants de Suez Lyonnaise tiennent des positions influentes dans les différents lobbies (de l'eau)" Corporate Europe Observer, Issue 7, "and not a drop to drink World water forum promotes privatisation and deregulation of world's water "

Notes

I Pour des informations sur les sociétés transnationales consulter *http://www.transnationale.org*

II Jean-Marie Messier est PDG de la Compagnie générale des eaux depuis 1996 et donc de Vivendi depuis 1998, date du changement de nom.

III Organisation mondiale du commerce. Pour des informations sur cette organisation voir *http://www.cccomc.org/*

IV chiffre d'affaires

V Transatlantic Business Dialogue, lobby des 100 plus importantes sociétés américaines et européennes. Pour une description et une analyse des principaux lobbies industriels voir Balanya, Doherty et al " Europe Inc, liaisons dangereuses entre institutions et milieux d'affaires européens " Agone éditeur, 2000.

VI Le Canard enchaîné, 15.11. 2000, "Les marchands d?eau veulent couler des gêneurs".

VII A l'échelle mondiale, un dispositif semblable, protégeant la rentabilité des investissements des aléas nationaux, a provoqué le rejet de lraccord multilatéral sur lrinvestissement (l'AMI)

VIII Cité dans "The final frontier, chap 3", publication du Blueplanet project (c'est nous qui traduisons) *http://www.canadians.org/blueplanet/*

IX Le Canard enchaîné, 16.08.2000, "Vivendi assainissait l'eau à prix d'or dans le Var" et "Haute pression".

X Que choisir ? Sept 98 p 21

XI Les Echos, 22.10.1999, "Vivendi contraint de renégocier son contrat géant des eaux de Berlin"

XII Les Echos, 13.12.1999, "Eau : vive polémique autour des projets de licenciements en Grande-Bretagne".

XIII La Tribune 10.02.1999, "Optimiser la gestion des installations concédées".

XIV La Tribune 10.02.1999, op cit.

XV Le Canard enchaîné, 16.02.2000, "Des magistrats dénoncent la pompe à bénéfice des marchands d'eau".

XVI Les Echos 20.10.2000, "Paris : des magistrats financiers dénoncent l'opacité de la gestion de l'eau".

XVII Que choisir ? sept 2000, "De l'eau qui vaut de l'or".

XVIII Que choisir ? sept 2000, op cit.

XIX Que choisir ? sept 2000,op cit.

Vivendi, anatomie de la pieuvre

Le procès de la mondialisation
Fayard (2001)
Par Jean-Philippe Joseph

Le pouvoir économique mais aussi social et politique des sociétés transnationales Il apparaît comme le principal pouvoir contemporain. On sait ainsi, qu'en 1997, sur les 100 premières puissances économiques mondiales, cinquante et une étaient des entreprises. Pourtant, la contestation sociale et la reconquête de ces pouvoirs semblent encore inadaptées, hésitantes et bancales. C'est que la confrontation avec ces entreprises, présentées comme les champions du progrès, les héros d'un capitalisme moderne, nécessite une représentation assez claire qui n'apparaît pas sans une relation durable et stable avec ces sociétés. Comment les contester sans savoir quel est leur nom, ce qu'il recouvre, quel est leur périmètre d'activité (ce qu'elles font), d'où elles tirent leurs bénéfices, qui les possède, sur quelles populations elles interviennent ? Quel droit les régit ? Quels pouvoirs politiques et juridiques sont habilités à les encadrer ? Lorsqu'on y voit plus clair, on peut mieux les cerner, on commence à questionner. Quand on voit leurs racines, on perçoit ce en quoi elles dépendent de nous, ce qu'on est en droit d'attendre d'elles, ce qu'on peut revendiquer.

Plus les réponses à ces questions sont floues, plus les contre-pouvoirs seront freinés. C'est précisément ce qu'on constate aujourd'hui sous l'effet de ce qu'on appelle la "mondialisation" : intégration des économies nationales et régionales, concentration des marchés du fait des fusions-acquisitions et apparition de nouvelles technologies. Si un jeune de 18 ans sait à peu près qui est Mc Donald's ou comment cerner l'activité de Nike, il ne sait rien de Lagardère, Vivendi ou Bertelsmann. Le même flou nous laisse toujours percevoir Vivendi ou Total comme des entreprises françaises, Philip Morris exclusivement comme un producteur de tabac et nous laisse penser qu'il n'y a rien de commun entre Justin Bridou, Wonderbra, Cochonou, Champion et Dim.

La concentration des entreprises et l'organisation de leurs activités au niveau planétaire nous font perdre le contact avec les transnationales. Elles dispersent leurs identités dans des ensembles plus vastes et plus lointains et accroissent

sans cesse la distance entre nous et les modes de production de biens qu'elles fournissent. Leurs noms se mélangent, se perdent ou au contraire recouvrent des ensembles plus larges. Leur nationalité devient floue. Comment cerner alors leur responsabilité ? Comment toucher une entreprise dont l'équipe dirigeante a changé, dont le nom a disparu et dont l'actionnariat est essentiellement étranger ? Combien suivent l'"affaire Elf" comme si Elf n'existait plus ? Ou pensent que la firme responsable de l'Amoco Cadiz a disparu ? Ou savent que la Générale des eaux corruptrice de l'affaire Méry perdure sous un autre nom ? Tout nous conforte à lâcher prise : "c'est très compliqué l'économie".

L'identité des entreprises est diluée par leurs acquisitions et la diversification qu'elles ont permis. Leur activité aussi se dilue. On les croit ici, elles sont là. On les perd. On les oublie. Tant mieux pour elles : les coudées franches, elles peuvent s'attabler et se servir au grand banquet des privatisations, des nouvelles licences, de la déréglementation. Quelle est la palette d'activité du groupe Pinault Printemps Redoute ? Dans quoi investit LVMH? Où est Bouygues ? Découragé, l'homme dans la rue hausse les épaules : "est ce si important ? Tout change si vite !".

Pourtant, dès qu'on parvient à cerner à peu près le périmètre d'un de ces grands groupes, on comprend vite que c'est la démocratie qui est cernée. Leur stratégie n'a rien d'hasardeux ou d'opportuniste. Elle se construit pas à pas et s'appuie sur des décisions publiques, sur des institutions politiques bienveillantes, tantôt corrompues, tantôt complices ou soumises. On comprend enfin qu'elles avancent sur des abandons, qu'elles progressent sur des aveuglements et qu'elles s'effaceraient vite, en fait, devant la vigilance et le droit.

Tel est le cas de Vivendi-Universal, ex-Compagnie générale des eaux, premier employeur privé français et surtout deuxième éditeur de journaux et de magazines et premier annonceur publicitaire. En cinq ans, ce groupe industriel traditionnel, vieux de cent cinquante ans est devenu le deuxième groupe mondial de communication. Il est passé de 2500 à 4600 filiales avec 275 000 salariés et s'est aggloméré autour de deux métiers principaux (environnement et communication). Avec Universal, on attend un chiffre d'affaires consolidé de 55 milliards de dollars fin 2000. Mais, au-delà de ces chiffres officiels de présentation se cache une emprise bien plus importante sur la vie quotidienne qui, finalement, laisse peu de moments de vie sur lesquels Vivendi-Universal n'ait pas d'influence. Imaginons, par exemple, qu'après avoir bu un verre d'eau du robinet, un jeune de Saint-Etienne ou de Marseille téléphone en composant le 7, raccroche puis va faire ses devoirs sur des manuels Nathan ou Bordas et cherche un mot sur le Larousse. Il lit l'Etudiant pour s'orienter puis éteint son CD de Bob Marley, Zebda ou Nirvana et va voir la liste de Schindler ou Gladiator au cinéma Pathé pour se détendre ou joue sur son ordinateur à Diablo ou Warcraft. Pendant ce temps, son père, épluche

Aubaine pour Vivendi et Suez qui sont sûrs ainsi que leur marché n'est pas contestable. Ils peuvent faire leurs courses tranquillement en accumulant les contrats en Afrique, en Asie, en Europe de l'Est. Le magazine Fortune notait "Aujourd'hui, des entreprises comme la française Suez se précipitent pour privatiser l'eau, un marché mondial de 400 milliards de dollars, déjà. Elles parient que H2O sera au 21ème siècle ce que le pétrole a été au 20ème ?" **LII** Aubaine aussi que les conflits et les interventions de l?OTAN qui obligent à reconstruire les canalisations. Vivendi envoie des responsables "humanitaires" très tôt pour préparer le marché de la reconstruction **LIII**. Le vice-président de Vivendi-Environnement paradera, ensuite, à Prague, dans ce séminaire de la Banque mondiale et du FMI au titre indécent : "Quand les canons se taisent : le business de la paix !"

De belles perspectives donc, sur ces marchés d'environnement et des télécoms dont toutes les réglementations internationales sont à construire. Le lobbying et l'influence permettent à Vivendi de modeler à son avantage cette régulation. Il suffit de brandir "l'obstacle technique au commerce", la peur de l'américain, du nazi et du pédophile ou l'éducation dans les favelas. Vivendi pourra alors s'approprier tous ces espaces gratuits et marchandiser la relation humaine comme elle a vendu l'eau, puisqu'elle a les canaux : les abonnements au téléphone, à la télévision, à internet. Isolés, face à l'ordinateur, tout sera mis en oeuvre pour nous imposer une relation marchande et nous en rendre dépendants. Sur le réseau, l'enseignant, le docteur, la cuisinière, l'ami, le partenaire de jeu seront loués avec leurs supports. Ce qui était gratuit, social (un conseil, un jeu, une discussion) deviendra propriété d?entreprises telles que Vivendi qui ont pris soin de délimiter les canaux et les péages de ce qu'elles prédéfinissent comme les modes de communication de demain.

Après avoir construit son empire sur l'exploitation de l'or bleu et l'or vert, l'entreprise s'attaque ainsi à l'or rose des relations humaines en soumettant, aux forceps, ce dernier gisement aux canaux de la technologie de l'information. Aucune activité humaine, par essence sociale, n'est à l'abri, la menace marchande est omniprésente. Face à ce technomodèle de société de marché, inégalitaire et déhumanisée la résistance ne peut être que belle. Elle passera forcément par la reconquête individuelle du sens de nos actes quotidiens volés, par la préservation de nos rapports sociaux. Elle s'appuiera aussi sur la définition d'un droit internationalement cohérent, indépendant des influences d'entreprises. Au-delà, pour chacun, elle nécessite une reconquête de la culture du don, du gratuit, du service qui rendra la primauté au social sur le marchand, au lien sur le bien.

prétexte que Férré, Brassens et Montand "rentrent au bercail" grâce à la fusion. Or, pour Ezra Suleiman, professeur de sciences politiques, directeur du Centre d'études européennes à l'université de Princeton : "il ne s'agit pas là, pour Jean-Marie Messier d'endosser l'habit du défenseur de la culture française et européenne et de convertir les Etats Unis aux schémas culturels de la vieille Europe. Au contraire ! On peut penser que Vivendi Universal va faciliter, du fait justement de son étendard français, le développement du cinéma made in America en France".XLIX Bien sûr et c'est certainement pour cela que la vente des produits dérivés du groupe sera dirigée par un ancien de chez Disney. Tout cela n'a plus rien à voir avec l'indépendance et l'originalité, c'est le marché qui dirige, on "consomme" de la musique. Messier a beau se vanter d'avoir "lancé" Zebda, l'effet Vivendi c'est surtout d'avoir fait passer ce groupe de quartier de "Le bruit et l'odeur", révolte contre les propos de Jacques Chirac sur les immigrés, à l'air de banquet consensuel et dansant de "Tomber la chemise".

Contrôle des tuyaux, marketing, lobbying permettront à Vivendi de s'assurer que tout passera par SON net. Les services (culture, éducation, santé) libéralisés à l'OMC dans le cadre de l'AGCS **L**, utiliseront cette zone sans impôts, les prestataires de cours et de diagnostics pourront alors être sous payés. Vues les conditions de travail dans la nouvelle économie, les netslaves (esclaves du net) satisferont le consommateur. La publicité garantira la gratuité. On la trouve déjà sur les sites éducatifs du groupe. Comment ne pas faire le lien entre les huit milliards d'économie d'impôt attribués à Vivendi, premier éditeur français de manuels scolaires et premier éditeur mondial de logiciels éducatifs, et l'état déplorable de l'école publique. Jean Maire Messier peut déclarer, la main sur le coeur que "si nous mettons internet au coeur de l'éducation, bientôt les enfants des favelas de Rio comme ceux du bush australien apprendront à lire avec des professeurs virtuels" : Havas, filiale de Vivendi est propriétaire de education.com et enseignants. com. L'éducation est avant tout un marché pour Havas et Vivendi, dans la plus pure logique de l'ERT, la Table ronde des industriels européens **LI**. On "consomme" de l'éducation comme on "consomme" de la musique. En témoigne leur présence au World education market, dont l'organisation est confiée à une filiale de l'éditeur scientifique Reed Elsevier, dont le PDG dirige l'ERT.

Le pari de l'internet est encore incertain et coûteux. Dans cette course, le groupe disposera-t-il d'assez de ressources pour ses ambitions ? Sa stabilité financière repose sur l'eau et l'environnement qui restent des "vaches à lait". Même si les marchés nationaux des pays du Nord saturent, il reste les pays du Sud. Les plans d'ajustement structurel qui conditionnent les prêts du FMI et de la Banque mondiale imposent à ces pays la privatisation de leurs services d'eau. Les règles de l'Organisation mondiale du commerce obligent, pour éviter les "obstacles techniques au commerce" à faire bénéficier les transnationales du traitement national et empêchent toute entreprise nationale de se développer à l'abri de ces géants.

les annonces du journal gratuit Bonjour, puis ouvre un roman chez Plon en écoutant le concert des Trois ténors, Rostropovitch, Duke Ellington, Brassens, U2 ou Johnny Halliday. Il allume Canal Plus en feuilletant l'Expansion ou l'Express, puis se connecte sur AOL (France), cherche du travail sur cadresonline, joue un peu sur flipside.com, se déconnecte et descend les poubelles collectées par Onyx. Sa femme, médecin, lit le Vidal ou le Quotidien du médecin, elle se souvient d'une publicité faite par Havas vue avant un film dans un cinéma UGC. Elle appelle un collègue sur son portable SFR, puis va aider sa fillette qui apprend en jouant avec le logiciel Adibou ou un livre acheté chez France Loisirs. Cette famille, dans toutes ses activités n'a jamais quitté Vivendi-Universal. Comme consommateurs d'eau, ils auraient pu être à Berlin, Paris, Alger, Calcutta, Chengdu ou Prague ; pour les déchets à Nîmes, Alexandrie, Miami. C'est toujours Vivendi. Dans une ville comme Nice, Vivendi c'est l'eau, le nettoyage, les déchets, les transports, la cantine. A Toulouse, c'est l'eau, le câble, les parkings, la télévision locale et la gestion des déchets. Au-delà des 80 millions d'abonnés revendiqués par le groupe qui serviront de base à sa démultiplication sur Internet, les clients, les spectateurs et les usagers de par le monde se répartissent sur plus de 100 pays. Vivendi intervient dans tellement de métiers que son personnel est couvert par pas moins de neuf fédérations syndicales!

Or, contrairement aux thèses communes des bienfaits du libéralisme et de l'ouverture des marchés, dont Jean Marie Messier **II** est devenu le promoteur, c'est parce qu'elle a bénéficié (et bénéficie toujours) de véritables privilèges que cette entreprise de marchés publics a pu gonfler jusqu'à ce gigantisme. Elle est caractéristique du capitalisme français où les budgets publics de BTP, d'eau, d'armement sont accaparés par quelques groupes privés, tous propriétaires de médias, alors que les risques sont supportés par le contribuable. La batterie médiatique facilite les négociations avec les élus. Elle sert aujourd'hui à promouvoir une conception libérale de la société. Hier, entreprise vivant en osmose avec les pouvoirs publics français, Vivendi surfe aujourd'hui la vague libérale à l'échelle mondiale. A travers divers lobbies, elle influence les institutions qui libéralisent le commerce mondial telles que l'OMC **III**, mais surtout qui déstructurent puis formatent les économies et les législations (Banque mondiale, FMI) pour s'ouvrir des marchés internationaux d'eau et de déchets et pour s'assurer qu'aucune réglementation, aucune taxe ne viendra troubler son festin sur l'internet. L'objectif annoncé de Vivendi aujourd'hui est "d'améliorer la qualité de la vie". En se penchant sur l'histoire de la Compagnie générale des eaux, on perçoit combien, derrière ce slogan bienveillant, se cache une intention hégémonique.

Joli marché que celui de l'eau, ressource assez vitale et assez rare pour assurer des revenus confortables tant qu'il y aura des humains, donc des clients. Gérard Mestrallet, PDG de Suez Lyonnaise des eaux l'exprime à sa façon : "L'eau est un produit efficace. C'est un produit qui devrait normalement être gratuit et c'est

notre métier de le vendre. Mais c'est un produit absolument nécessaire pour la vie". De fait, selon la Banque mondiale, c'est aujourd'hui un marché annuel de 800 milliards de dollars réparti entre dix transnationales. La France est terre d'origine des deux leaders mondiaux : Vivendi et Suez Lyonnaise des eaux qui fournissent respectivement 84,8 et 96,2 millions d'habitants. Sur leur marché domestique, 77% de la gestion de l'eau sont aujourd'hui privatisés. Vivendi gère 2200 contrats municipaux sur le territoire national pour un CA **IV** de 15 milliards de francs annuels. Contrats qui lui rapportent des ressources durables et régulières sans risque : l'entreprise annonce elle même prendre le soin d'utiliser des infrastructures déjà construites sur fonds publics et se partage avantageusement le marché avec des "concurrents" transformés en partenaires. Ententes et filiales communes structurent ce marché au détriment de l'usager, au profit de l'entreprise et de ses actionnaires. Ainsi dopée, elle ne tardera pas à devenir transnationale. Où est la vigilance alors ? Que fait la presse ? N'attendez pas que "Capital", l'émission de M6 dont Suez Lyonnaise des eaux est actionnaire fasse un sujet sur le prix de l'eau. Quand à Canal plus et son Vrai Journal, summum d'indépendance et d'impertinence, Karl Zéro ne disait-il pas clairement au journal Le Monde qu'il n'enquêterait jamais sur Vivendi?

La chaîne est propriété du groupe. De même, pas question de trouver trop de critiques lorsqu'on connaît les millions distribués aux médias par la publicité des différentes marques de Vivendi, premier annonceur de France devant L'Oréal en 1998 avec un budget de 2 milliards de francs. Le seul changement de nom a généré pour 100 millions de francs de publicité. Reste Le Canard enchaîné.

Du côté des usagers, les petits montants auxquels correspondent les factures d'eau protègent l'entreprise d'une grande contestation populaire. On est loin du cours de l'essence et les consommateurs ne voient pas le compteur d'eau tourner comme lorsqu'ils font leur plein. Pourtant la grogne monte, en témoigne le succès grandissant des réunions d'Aquarévolte ou les audits demandés à Service Public 2000 (cabinet créé par l'association des maires de France pour aider les élus locaux à analyser et négocier les contrats de délégation). Ces audits ont amené à la contestation et à la renégociation de nombreux contrats. Au point que, lors du renouvellement de son directeur Jérome Monod, hier à la tête de Suez Lyonnaise des eaux et du TABD **V** , aujourd'hui conseiller de Jacques Chirac, a "fait pencher la balance en faveur d'un "bon" prétendant à la direction de ce cabinet génant **VI**". Du coup, la moitié des experts ont quitté le cabinet.

Il faut dire qu'il y a matière à contester : la facture moyenne d'eau, en France, a augmenté de 61 % entre 1991 et 1997, à Paris de 118 % entre 1984 et 1997 (Vivendi distribue sur la rive droite et Suez Lyonnaise sur la rive gauche). D'après B. Delanoë, en 1997, un avenant a été ajouté au contrat parisien qui garantit une augmentation mécanique du prix en cas de baisse du volume consommé

de l'intérêt de l'ensemble de la société. Généralement, au nom du suffrage universel, cette vertu n'est reconnue qu'au pouvoir politique. Loin de moi l'idée de nier la légitimité des Etats - seuls ou représentés par des organismes internationaux - à mettre au point de nouvelles régulations. Mais - je le dis avec force - l'entreprise a aussi des lettres de noblesse à faire valoir pour être partie prenante dans débat". Lorsqu'on remplace citoyen par consommateur, la relation avec celui-ci ne peut être que marchande et les entreprises auront forcément des "lettres de noblesse à faire valoir". S'ouvre alors un conflit de légitimité entre l'entreprise et l'Etat, défavorable à ce dernier. Après le Transatlantic Business Dialogue, lobby industriel qui impose les vues du business à l'Europe et à l'OMC, apparaît donc le Global Business Dialogue on Electronic Commerce, le lieu de débat que Messier réclame sur son domaine : le commerce électronique. Et pour cause, il en est lui même le responsable pour l'Europe. Sans surprise, on retrouve dans les "recommandations de Paris" **XLVI** de ce lobby la base de l'argumentation des transnationales depuis l'AMI : rien ne doit s'opposer au commerce roi. La peur de l'intervention est à chaque paragraphe : "Dans les cas précis où la régulation peut être considérée comme essentielle toute intervention des autorités publiques doit être étroitement ajustée, orientée vers l'international, transparente et viser une application".

Dans les communications à l'OMC, les régulations nationales, les subventions (au secteur public), les taxes, l'exception culturelle y sont d'horribles "obstacles au commerce". Ainsi, "reconnaissant que les gouvernements nationaux ont un rôle légitime à jouer dans la protection et la promotion de l'héritage culturel et de l'identité, le GBDe croit aussi que ces intérêts politiques ne doivent pas se traduire pas des barrières à l'accès aux marchés ou au commerce qui entraveraient le développement du commerce électronique". Les règles, oui, tant qu'elles ne gênent pas le business. Dans le même esprit Vivendi est un des principaux financeurs de l'European Internet Foundation, "groupe de réflexion" européen, qui regroupe principalement des parlementaires européens (dont Daniel Cohn-Bendit, Alain Lamassoure, Michel Rocard et Alain Madelin) et des entreprises (Microsoft, Alcatel, BT, Telefonica, Daimler, Chrysler) et qui prône la libéralisation des échanges sur internet **XLVII** .

Cette stratégie de la peur pour parler de l'Etat, on la retrouve à d'autres niveaux pour modeler la nouvelle économie. On noircit l'image de Napster, pionnier de l'Internet gratuit. On le transforme en "chef de bande des pirates du net", pour criminaliser tout le gratuit et justifier l'internet payant que propose Vivendi. Pareillement, on dénonce avec virulence l'apparition de sites nazis pour justifier un contrôle sur le contenu. Virulence qui semble bien opportuniste quand on sait qu'une filiale de Havas (Vivendi) et Bertelsmann proposait, elle même, la vente de Mein Kampf en ligne jusqu'à ce qu'elle soit montrée du doigt et le retire **XLVIII** . Enfin, ce sont la peur de l'étranger et le mythe du "champion national" qui justifient que Vivendi devienne le promoteur de la machinerie hollywoodienne, sous

Council, du Business roundtable et du comité consultatif sur les négociations commerciales et politiques du président Clinton. Un concentré historique de l'influence et des compromissions des milieux d'affaire.

Ainsi, Vivendi a les tuyaux, l'influence et l'argent. L'entreprise balise désormais l'avenir et prépare ce qu'on appelle la "convergence" par l'internet. D'un réseau libre et gratuit, Vivendi va faire un centre commercial et réduire les possibilités à ce qui conforte son pouvoir. Car c'est bien cela la convergence digitale : restreindre la liberté des contenus, les droits d?accès, limiter la concurrence. Lorsque Vivendi prône "tous les contenus (musique, vidéo,texte) sur tous les écrans (ordinateurs, téléviseurs, portables)" il s'agit en réalité des contenus de Vivendi et des supports dont elle contrôle l'accès. "Il y aura bientôt un seul point d'entrée dans la maison pour l'image, le multimédia, l'accès internet et la voix. Il faut être capable, pour conserver les marges, de maîtriser toute la chaîne : contenu, production, diffusion et lien avec l'abonné".**XLIV** Avec Vivendi Net, ce sont toute une série de sites thématiques qui s'ouvrent autour du portail généraliste Vizzavi. Toute la machine de guerre se concentre sur ce coeur de toile pour faire converger les abonnés : Havas, Canal plus, Cegetel. Sur ces sites, on retrouve les produits Vivendi Universal et il faut l'intervention d'instances de régulation, au niveau national ou européen pour empêcher que la firme verrouille (à son lancement, le wap de SFR ne donnait accès qu'à Vizzavi) ou garde le monopole (le catalogue Universal était réservé à Vizzavi). L'autorégulation semblait déjà ne pas marcher". Les jeux d'Havas interactive sur battle.net ou flipside.com attirent déjà 6,5 millions de joueurs en réseau. Les informations médicales aspirent les praticiens sur @médica. Les musiques d'Universal seront disponibles pour 15 dollars par mois sur farmclub.com. Au cas où vous y échapperiez les livres, le CD de musique contiendront des kits de connexion à Vizzavi, comme les abonnements SFR et les décodeurs Canal plus. C'était donc ça la "qualité de la vie" : tous sur internet à payer pour des produits Vivendi, déjà disponibles ailleurs. Comme le dit un jeune cadre "la stratégie, c'est refaire le coup de Canal + sur le net : faire croire aux ploucs qu'ils ont du luxe". Que pouvions-nous attendre de plus ? Lorsque Jean Marie Messier parle des citoyens, il précise "le citoyen-consommateur". Pas question d'avoir un avis autre que celui d'un "consommateur", d'un "contribuable", d'un "petit actionnaire floué".**XLV** Et pour l'exprimer, rendez vous sur powow. net, propriété de Vivendi. Comme avec Les Guignols pour la télé, média dominant, l'entreprise encadre déjà la contestation autorisée sur les médias du futur. La voix à faire entendre, c'est celle du business, du capitalisme et du libre commerce. Car c'était cela l'enjeu : Vivendi, à force d'acheter des médias, veut se faire entendre en politique. Messier le martèle dans son j6m.com : "les entreprises sont souvent mieux placées que les hommes politiques pour savoir ce qui est bon pour le consommateur" ou encore "mieux vaut la régulation que la législation" et enfin "cette conviction est au centre de ma foi dans le capitalisme. Ce système économique a en lui même - je dirais presque génétiquement - une capacité tenir compte

VII . Pour ce qui est du contrôle de l'exécution de ces contrats, il ne risquait pas de menacer les firmes, il était confié à une société d'économie mixte qui regroupe la ville et Vivendi et Suez Lyonnaise. La couleur est clairement annoncée, par le directeur de Suez Lyonnaise: "Nous sommes là pour faire de l'argent. Tôt ou tard, la compagnie qui investit récupère des investissements ce qui veut dire que c'est le consommateur qui paie pour cela **VIII**".

Dans le Var, à Fréjus et Saint Raphaël, la Chambre régionale des comptes a révélé en juillet 2000 que la CMESE, filiale de Vivendi avait réalisé des marges bénéficiaires de 60% pendant des années en doublant la capacité de deux stations d'épuration de façon inutile, sans même respecter les normes européennes, et en doublant les facturations. En1993, un contrat global signé pour les deux communes, sans appel d'offres obligatoire et justifié par de "substantielles économies" s'est traduit par une hausse de 57% des tarifs. Le Canard enchaîné révélait même que lorsqu'un expert a cherché à faire baisser les prix, le patron de la CMESE a embauché deux gros bras pour l'intimider au point d'être condamné pour "association de malfaiteurs". Il sera finalement recasé par Vivendi en Indonésie **IX**.

A Avignon, il a fallu que la facturation au forfait soit abandonnée en 1993 pour qu'on s'aperçoive que la filiale de la Générale des eaux facturait un volume supérieur de 37% au volume consommé. Le nouveau prix fût fixé de façon à ne pas diminuer la rémunération de l'entreprise. Un audit montrait que l'eau était trop chère de 3F/m 3 et un rapport de la Chambre régionale des comptes relevait diverses rrégularités. Des places de foot et des abonnements de théâtres de la société étaient même répercutées sur les factures **X** !

Voilà pour ses contrats en France, mais en s'internationalisant l'entreprise n'a pas abandonné ses pratiques. Il est plus facile pourtant de les repérer en Europe que dans les pays dans lesquels la presse et les gouvernements sont plus contrôlables. Ainsi, Vivendi a fêté récemment la plus grande privatisation d'un service d'eau en Europe, remportée avec RWE à Berlin. Les juges du tribunal constitutionnel de l'Etat régional de Berlin, saisis par plusieurs partis ont jugé le contrat incompatible avec la Constitution en contestant essentiellement le mode de calcul du prix de l'eau : les gains de productivité n'étaient pas répercutés tout de suite sur les prix. Selon les Verts allemands, un mécanisme de "dividendes garantis" assurait au consortium un bénéfice de 15% **XI**.

Le summum est sûrement atteint en Grande-Bretagne où l'eau fût privatisée il y a dix ans. Lorsque le gouvernement exigea fin 1999 une baisse du prix de l'eau, les entreprises (dont Vivendi, Suez Lyonnaise et Bouygues) annoncèrent 3200 suppressions d'emplois. Pourtant, selon Michael Meacher, secrétaire d'Etat à l'environnement, leurs marges avaient été "si confortables qu'elles ont dû payer

plus de 1,5 milliards de livres (2,3 milliards d'euros) de taxe exceptionnelle" sur les bénéfices jugés "excessifs". Un rapport des syndicats anglais révèle que ces entreprises y réalisent les marges les plus élevées du monde. Pour Vivendi, elles sont de 36,9% contre 3,2% en moyennes dans le reste de l'Europe **XII** .

La stratégie de pompage de liquidités régulières (cash flow) s?axe autour d'au moins quatre moyens : les provisions, le statut des sociétés, l'opacité des contrats et leur terme. Le statut de la société en commandite par action permet de contrôler les filiales en leur pompant les liquidités. Vivendi apporte "sa garantie financière et son concours" pour les suppléer dans l'obligation de provisionner les installations. En échange, les filiales versent un dividende statutaire égal à 3% de leur bénéfice plus une indemnité à fixer chaque année. Jusqu'en 1998 la plupart des filiales eau du groupe étaient des sociétés en commandite par action. Depuis juin 1998, la CGE Sahide, elle même en commandite, a racheté les participations de Vivendi dans l'eau et joue le rôle de société écran. De société sans contrat ni salariés, elle devient une holding de 15 milliards de francs de CA et de 12 000 salariés avec pour objectif de "permettre une centralisation des risques au niveau du groupe et d'optimiser la gestion de la charge de renouvellement"**XIII** .

Vivendi gère pour 26 milliards de francs d'installations **XIV**. Des provisions diverses, notamment pour "garantie de renouvellement" sont réalisées et n'apparaissent pas dans les comptes des filiales. L'argent est versé directement à la maison mère et se perd dans ses comptes. En 1996 et 1997, à Paris, ce fût le cas des provisions pour remplacement de tuyaux crevés que Vivendi avait annoncés à 90 millions de francs chaque année et qui, après vérification, n'auraient coûté que 58 et 69 millions. Pour la chambre régionale des comptes "tout se passe comme si (?) Vivendi procédait aux dépens des consommateurs à la constitution de provisions au-delà du nécessaire" **XV**. Selon les magistrats, toujours à Paris, entre 1984 et 1998, le différentiel en faveur de Vivendi s'élevait à 187, 9 millions de francs **XVI**. Cette rémunération du risque apparaît même lorsque le contrat prévoit que le risque est supporté par la collectivité, comme c'est le cas en Ile de France **XVII**. Parallèlement aux provisions, les charges d'investissement sur le réseau ou de remplacement des compteurs seraient surévaluées, à nouveau doublés dans le cas de l'Ile de France **XVIII** , pour un surcoût de 40 millions de francs.

Autres outils, les frais de structure. Ici, les usagers paient comme un surcoût leur dépendance à une transnationale. Il est frappant, par exemple, que les frais de siège, théoriquement incompressibles soient source de surcoûts de 33 millions en Ile de France (selon un rapport de Service Public 2000) et qu'en renégociant Quimper puisse gagner sur ce poste 300 00 FF. De même, les frais de personnel, qui représentent 40 à 60% des coûts **XX**, utilisent des taux d'encadrement aberrants. Le cabinet Service Public 2000 a chiffré le surcoût à 23 millions de francs pour la seule Ile de France. Le hic, c'est que tous ces surcoûts sont garantis

Reste que pour influencer les autorités de l'Etat, en France, il ne faut pas se cantonner aux élus. Un ancien auditeur de la cour des comptes et conseiller technique de deux ministres de l'Industrie comme directeur financier **XL**, deux magistrats recrutés et un juge **XLI**. Vivendi privatise la justice qui lui sert de vitrine pour son opération mains propres. Ne parlons pas de corruption à Messier "c'est un passé dépassé", "ces moeurs n'ont plus cours". Des élus ont beau dénoncer qu'elle est "au coeur du marché de l'eau", Vivendi, assurément doit faire sans. Etonnant pourtant, la facilité avec laquelle le groupe obtient trois milliards "d'exemption fiscale" pour sa fusion avec Pathé puis cinq milliards avec Universal. Huit milliards d?argent public offert ! Plus que le budget annuel d'une chaîne de télévision publique. Les enseignants apprécieront, eux qui ont manifesté en avril 2000 dans tout le pays pendant un mois pour obtenir royalement1 milliard de francs pour l'école.

Bien sûr, si Vivendi passe des conseils généraux à l'assemblée nationale, Vivendi-Universal s'attachera à influencer les institutions internationales, notamment pour ce qui concerne l'Internet. Beaucoup de travail en perspective pour garantir la sécurité de ses investissements. Heureusement, Messier peut compter sur ses partenaires. Car Vivendi n'a pas de concurrents ; que des "partenaires". Avec Suez Lyonnaise, on partage des filiales dans l'eau et l'environnement, au moins huit, mais il semblerait surtout qu'on se répartisse le lobbying : à la Lyonnaise tous les forums internationaux sur l'eau **XLII**, à Vivendi la surveillance des réglementations sur le commerce électronique. Avec Bouygues, on organise la pression au moment où le gouvernement affecte les fréquences de l'UMTS (troisième génération de téléphonie mobile) et fait monter les enchères : Bouygues s'occupe de la presse et Messier directement "à l'Elysée, Matignon et Bercy".**XLIII** Thomas Middelhof, PDG de Bertelsmann, éditeur allemand, propriétaire de la RTL Group et BMG théoriquement concurrent de Vivendi siège à son conseil d'administration sur invitation de Messier. Ensemble, on crée des filiales en commun, telle BOL (librairie en ligne), on s'admire mutuellement. Enfin, Lagardère (Hachette) est partenaire de Canal Plus et n'oublie pas qu'il doit la fusion Matra Hachette à Jean Marie.

Ensemble bien homogène donc que cet empire fondé sur l'avantage, la rente de situation et le partenariat, où tout est bon pour maîtriser les canaux qui drainent l'argent et le pouvoir. Rien qu'à observer, par exemple, la composition du conseil d'administration de Vivendi-Universal, on est frappé de la présence côte à côte de Thomas Middelhof, d'Esther Koplowitz, héritière d'une fortune espagnole construite sur les marchés de BTP sous la dictature de Franco, de trois membres de la famille canadienne Bronfman dont l'empire s'est nourri de la Prohibition à l'époque d'Al Capone, de Jacques Friedmann, président du conseil de surveillance d'AXA UAP, d'Henri Lachmann, président de Schneider Electric, mais surtout proche ami de Jacques Chirac et de Richard Brown, membre influent du Business

lobbying de Messier tient plus de la cour du roi Soleil que des intimidations affichées et des chantages. Mondain, il invite une fois par mois députés, hommes d'affaires et journalistes à des séances de cinéma privé dans une salle UGC (dont Vivendi détient 38%). Une fois par an, il fait donner un concert au château de Vivendi à Méry-sur-Oise. Il invite aussi à des sorties lyriques à l'opéra ou au Festival d'Aix en Provence, comme cet été 1998 où il y a envoyé ses hôtes par un aller retour en avion. On pouvait y trouver Hubert Védrine, ministre des Affaires Etrangères, Catherine Tasca, ancienne ministre de la Communication, membre de la Commission des lois, la journaliste Michèle Cotta, l'industriel Jean Louis Beffa **XXXIII**. Ce temps accordé à l'entretien du réseau est essentiel : visites organisées d'élus au Cambodge **XXXIV**, repas, loge et animation pendant la coupe du monde de foot. C'est dans ces moments privilégiés que certains dossiers se règlent. La fusion Canal plus, Vivendi Universal, par exemple. "Finalement, c'est (?) au cours d'un déjeuner en tête à tête avec Hervé Bourges **XXXV** chez Drouant, que nous mettons au point des ajustements qui, sans nuire à notre opération, donneront satisfaction au CSA". **XXXVI**

Tout, de la fondation Vivendi au "Club des 40", permet les échanges de bons procédés avec Martine Aubry comme avec Thomas Middelhof (PDG de Bertelsmann). Messier n'est pas attaché à un groupe politique particulier, il donne des gages de tout côté et peut mobiliser très vite. Le conseil de la concurrence s'intéresse au forfait cinéma d'UGC ? Jacques Séguéla, vice-président d'Havas Advertising monte un groupe de pression en écrivant à des décideurs économiques et politiques pour les pousser à intervenir auprès de Jospin et de Bercy en faveur de "l'initiative formidable d'UGC".**XXXVII** Une loi menace d'interdire aux entreprises vivant de contrats publics d'avoir des intérêts dans la communication ? Messier en rajoute sur son soutien aux 35 heures et son entreprise sert d'exemple et de vitrine au gouvernement **XXXVIII**.

Au niveau politique, Vivendi embauche dans tous les camps. A gauche d? abord où Dominique Strauss Kahn, avocat, ex-ministre de l'Economie, est suspecté d'avoir joué les intermédiaires entre la MNEF et la Générale des eaux comme "apporteur d'affaires" et Catherine Tasca, ancienne présidente de la commission des lois de l'Assemblée nationale présidait le conseil d'administration de Canal horizon, filiale de Canal plus de 1993 à 1997. Elle l'a quitté non sans des stock options, encaissant les plus values juste avant de rentrer au gouvernement comme ministre de la Culture et de la Communication **XXXIX**. Pour les socialistes, on peut rajouter tous les "conseillers de" et les "proches de" qui ont été recrutés, chez Havas, à l'immobilier, à la Fondation.

A droite : Messier fait racheter par Havas, la société de Jacques Pilhan, conseiller en communication de Jacques Chirac et recrute Jean Pierre Denis, secrétaire général adjoint de l'Elysée.

par la durée des contrats et l'opacité de distributeurs privés susceptibles. Les contrats, négociés pour dix, vingt, trente ans parfois, sont difficilement renégociables. L'échéance ne doit pas être ratée si la commune veut faire des économies **XXI**. Mais le rythme des élections favorise le statu quo. De toute façon, tout sera mis en oeuvre pour éviter cette menace à la rentabilité de l'investisseur.

L'opacité d'abord, comme à Saint Dizier ou Saint Michel sur Orge où Vivendi et la Lyonnaise traitent les demandes de clarification des élus de façon "méprisante", refusent un audit ou se ferment à la chambre régionale des comptes en toute illégalité. Comme l'explique Jean Rossi, représentant des distributeurs privés "une collectivité n'est pas obligée de déléguer et si elle le fait elle est libre de choisir son partenaire. S'il n'est pas bon, il faut s'en apercevoir avant de s'engager. Une fois le contrat signé, nous sommes très réticents à l'idée qu'on aille le rediscuter et critiquer la façon dont nous gérons."**XXII** Réticents et susceptibles au point d'intimider physiquement un expert comme dans le Var. En amont, les entreprises essaieront d'influencer la décision ou l'élu, soit en payant des "droits d'entrée" (300 millions de francs à Grenoble, 400 à Saint Etienne, 437 à Toulouse) **XXII**I soit en corrompant. Le maire de Saint Michel sur Orge le déclare sans ambage : "pour parler clair, la corruption est au coeur de ces marchés. Elle n'est pas marginale, elle induit le contenu même des décisions et donc le tarif payé par l'usager avec souvent des gaspillages énormes à la clé. Cette connivence passe par différents biais : dessous de table mais aussi pratiques légales, comme le financement des campagnes électorales ou, plus simplement, le parrainage de la fête de la commune."**XXIV**

On ne peut guère s'empêcher de faire le lien entre ces pratiques de surcoût dans un marché protégé, oligopolistique et la politique d'acquisition qui a transformé Vivendi en un groupe mondial de la communication. Est-ce que si Vivendi acquiert aujourd'hui un studio hollywoodien, une des cinq majors, ce n'est pas parce que les français paient trop cher leur eau ?

Pour qu'un groupe devienne à ce point tentaculaire, il lui faut des ressources financières et politiques que le marché ne fournit jamais. Par définition, le jeu de la concurrence est supposé garantir qu'aucun producteur n'acquiert un pouvoir suffisant pour influencer le marché. L'histoire et les pratiques de Vivendi sont le contraire même de ce libéralisme et de la sélection efficace qu'il est supposé induire. Tout n'y est que stratégie d'avantage et de protection, pour que l'entreprise atteigne une taille démesurée. Alors seulement, on entendra ses dirigeants promouvoir la dérèglementation et l'autorégulation.

D'ailleurs, les mêmes principes de protection, avantages et barrières, garantis par l'Etat, ont présidé aux premiers pas de la Générale des eaux dans la communication. Canal plus, première télévision à péage d'Europe par ses 14 millions

d'abonnés, est au centre de Vivendi Universal. Elle a bénéficié de dix ans de monopole sur la télévision cryptée à péage en France. En 1984, André Rousselet, ancien secrétaire général de l'Elysée et Guy Dejouany de la Compagnie générale des eaux ont fondé ce projet de chaîne cryptée payante sur une autorisation de diffuser les films un an seulement après leur sortie en salle (contre trois ans pour les autres chaînes). En échange, Canal Plus s'engageait à investir 9,5% de son CA, soient 900 millions de francs **XXV** dans le cinéma. Cette obligation est la base du soutien de Canal aux producteurs et aux créateurs via le pré-achat de films, de droits de diffusion ou par des accords de coproduction.

A l'été 1999, après avoir acheté Havas, puis investi, Vivendi a atteint la part maximale autorisée de 49% dans une chaîne en France. Canal Plus a toujours 70% de la télévision à péage en France et son obligation s'est transformée en menottes : Canal finance près de 80% de la production cinématographique française. Côté chaîne, c'est la déchéance. L'attrait pour Canal est basique : le client s'abonne en pensant accéder à la culture, l'impertinence, l'indépendance : à l'avant-garde. Il paye, alors qu'il s'abonne essentiellement pour ce qu'on peut voir en clair, gratuitement (Nulle part ailleurs?). Pour capter cet abonnement, ce cash, tout est bon à mettre en vitrine : sexe, football à gogo, basket se mélangent aux films pour faire de la chaîne impertinente une machine à audimat. Les Guignols égratignent à peine les puissants. Karl Zéro, censé les tutoyer par insolence, les flatte, et c'est la course avec TF1, sur ses mêmes critères : Du pur tittytainment **XXVI**. Patrick Le Lay, PDG de TF1, ne dit-il pas clairement "lorsqu'on fait de la télévision, si on n'a ni football, ni cinéma, il vaut mieux changer de métier".**XXVII** De fait, Studiocanal, possède le troisième catalogue mondial de films avec les 5000 films achetés à UGC et la chaîne a l'exclusivité de cinq majors d'Hollywood sur sept. Si on y ajoute les droits du championnat de France de foot jusqu'en 2004, Canal a de quoi appâter.

C'est l'abonné, au coeur de ce groupe, par ses dépenses directes qui génère près de la moitié du CA **XXVIII**. Une aubaine comparée aux recettes publicitaires qui financent les autres chaînes privées : l'abonné paie avant de voir. Mieux que l'usager du service municipal, l'abonné est piégé par l'écran, chez lui. Reste alors à le gaver avec des services numériques. Jean-Marie Messier l'a mis au centre de sa stratégie : "ce qu'il veut, c'est pénétrer au coeur des foyers français. Pour l'instant avec le compteur d'eau, la poubelle, il campe sur le pas de la porte. C'est Canal Plus qui lui apportera la clef qui lui manquait"**XXIX** . Dit par lui, c'est différent : Vivendi s'attaque à la "qualité de la vie". La fusion avec Universal est axée sur cette stratégie de la convergence : tous les contenus (vidéo, audio, texte) sur tous les écrans (ordinateur, téléviseur, téléphone). Pas question alors de laisser fuir les abonnés de Canal Plus, et tant pis si la loi française anti-concentration empêche un actionnaire de détenir plus de 49% d'une chaîne de télévision, il suffit d'en faire une coquille vide pour que le Conseil supérieur de l'audiovisuel se couche.

Le montage qui transforme Canal Plus en "Canal Minus" prévoit la distinction entre le "groupe Canal plus", filiale à 100% de Vivendi et la chaîne "Canal plus SA" contrôlée à 49%. Vivendi récupère la quasi totalité des actifs dont le droit d'utiliser la marque Canal Plus et la liberté d'exploiter le fichier des abonnés. La chaîne doit payer 1,2 milliard de FF chaque année au groupe pour utiliser le fichier de ses propres abonnés et voit ses bénéfices plafonnés à 350 millions par an, le reste allant à Vivendi Universal **XXX** : le système eau appliqué à la télé.

Si l'expansion démesurée de Vivendi repose sur l?association de deux activités surprotégées et populaires, sa mise en oeuvre est intimement liée au parcours de Jean-Marie Messier. Ici on parlera de "génie", là de "coup de maître", de tycoon ou de "tueur", pourtant on retrouve vite dans le personnage les mêmes ingrédients que dans l'entreprise, les avantages, la rente et la protection par le réseau. Un polytechnicien, énarque, inspecteur de finances à la tête d'une World company. Rien à voir avec Rockfeller. C'est qu'avec les privatisations, les noyaux durs et le copinage, les passerelles au plus haut niveau du public au privé n'ont jamais été si tentantes que dans les années 80. Messier est le produit de ces années là.

Auprès de Camille Cabana, puis d'Edouard Balladur, ministre de l'Economie et des Finances, il sera le plus jeune directeur de cabinet de l'histoire de la République. Messier va orchestrer les privatisations, notamment TF1 et Havas dont il renouvellera les deux tiers des administrateurs. C'est l'époque des noyaux durs. PS et RPR placent leurs pions. Un baron du RPR reconnaîtra : "Avec Havas, on est peut-être allé un peu trop loin dans le copinage". Devenu associé gérant dans la banque d'affaires Lazard en1988, il fait renflouer Hachette mis en difficulté par les pertes de la Cinq et la fusionne avec Matra, prépare la privatisation de la BNP. Bien sûr, la banque Lazard a discrètement profité des privatisations lancées par Balladur, alors premier ministre, et souvent instruites par Messier : "Lazard n'a pas obtenu de mandat vendeur de la part du gouvernement. C'eut été trop voyant. En revanche, la banque a engrangé beaucoup de mandats acheteurs". **XXXI**

"Messier est l'enfant d'un système féodal (?) Son atterrissage au sommet de la Générale des eaux tient davantage de la haute politique que des canons habituellement en vigueur dans les cabinets de recrutement."**XXXII** écrit Fortin. Dans la toile de son réseau, leaders politiques et économiques se mélangent, l'important c'est l'influence. Il garde de ses contacts politiques et économiques, la reconnaissance qui lui permettra, en novembre 1994 d'être nommé administrateur général de la Compagnie générale des eaux. Il achètera Havas qu il avait lui même privatisée et créera Vivendi, puis avalera Seagram pour donner naissance à Vivendi-Universal. Le tout sans réelle opposition politique.

Son influence est très caractéristique des pratiques de l'élite française : le